

XI Expocom: as respostas ao desafio de fazer diferente

Criada em 1994, como evento paralelo do XVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, a Expocom - Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação representou um dos grandes avanços da Intercom na década passada. O crescimento que experimentou desde quando foi implantada mostrou que o segmento do ensino carecia de um espaço onde pudesse intercambiar experiências e expor os resultados do trabalho realizado em laboratórios, estúdios e salas de aula. É exatamente para isso que ela foi instituída, para evitar que a mesma roda fosse inventada e reinventada.

A Expocom atingiu sua décima-primeira edição no mês de setembro de 2004, durante a realização do vigésimo-sétimo congresso da Intercom, em Porto Alegre (RS), registrando um número recorde de trabalhos recebidos: foram 2.402, vindos de, praticamente, todas as regiões do país. Mais de 130 instituições de ensino estiveram representadas, ratificando o *status* por ela já conquistado, de maior evento estudantil na área da Comunicação Social. Esses números retratam a importância que ela adquiriu junto aos professores, coordenadores, diretores e, principalmente, entre os estudantes das diversas habilitações dessa área. Os trabalhos recebidos foram assim contabilizados: Cinema e Vídeo: 137; Humor Gráfico: 24; Publicidade e Propaganda: 654; Rádio e TV: 244; Jornalismo: 567; Fotografia: 228; Relações Públicas: 178; e Comunicação e Cidadania: 170.

Sob a coordenação dos professores Paulo Rogério Tarsitano e Simone Denise Gardinali Navacinsk, com a secretaria confiada à professora Ana Paula Galvão Farias e a produção, a Antonio Carlos Pires e Severino Ramos, os 2.402 trabalhos foram encaminhados para serem julgados por delegados regionais, num processo que reuniu quase duas centenas de professores e preofissionais, distribuídos por diversos estados do Brasil. Esse procedimento objetivou que sobre eles não recaísse somente um olhar paulista ou do sudeste, mas um olhar brasileiro, tendo cabido aos delegados a tarefa de organizar sessões de avaliação em suas regiões.

Foram os seguintes os professores que coordenaram todo o processo: Cinema e Vídeo – Dirceu Tavares (Recife, PE); Humor

Gráfico – Mario Mastrotti (São Paulo, SP); Publicidade e Propaganda – Maria Amélia Gairsa (Salvador, BA) e Vanessa Brandão (Belo Horizonte, MG); Rádio e TV – Moacir Barbosa (João Pessoa, PB); Jornalismo – Rafael Souza Silva (Santos, SP), Mário Eugênio da Rocha (Porto Alegre, RS) e Edvaldo Lima (São Paulo, SP); Fotografia – Nelson Chinaglia (Campinas, SP); Relações Públicas – Ivone Lourdes Oliveira (Belo Horizonte, MG), Andréa Athaydes (Porto Alegre, RS) e Leni Pontinha (Mogi das Cruzes, SP); Comunicação e Cidadania – Maria Salett Tauk (Recife, PE) e Ivone Lourdes Oliveira (Belo Horizonte, MG).

A partir de 2004, a Expocom passou a disponibilizar através da internet, no endereço <http://www.intercom.org.br>, os resultados e comentários dos avaliadores, referentes a cada trabalho, no formato de uma revista eletrônica, de maneira a socializar párea todos os interessados os parâmetros de qualidade presentes nos diversos produtos comunicacionais.

Além da XI Expocom, montada com base em reflexões de Leonardo Boff, no seu livro *A águia e a galinha*, foi realizado no congresso de Porto Alegre o IV Simpósio da Pesquisa Experimental em Comunicação. Sob a moderação da Profa. Simone Denise Gardinali Navacinsk, um seletto grupo, composto por Profa. Andréa Athaydes (Conferp/Ulbra), Profa. Dra. Ivone de Lourdes Oliveira (PUC-MG), Profa. Helena Moraes (Scala), Prof. Dr. Paulo Rogério Tarsitano (Umesp), Raul Costa Junior (RBS-TV) e Prof. Dr. Rafael de Souza Silva (Unisantos), debateu a temática “Ensino da comunicação e mercado de trabalho: convergência ou divergência” com um plenário formado por estudantes, professores, pesquisadores de comunicação, além de coordenadores e diretores de escolas.

Mais expressivo do que o número de trabalhos inscritos na Expocom é sua crescente qualidade e criatividade, embora ainda uma grande maioria deles apresente um padrão convencional, reproduzindo a prática vigente do mercado de trabalho.

Mas, o que importa mesmo é que a ousadia e a busca de novas alternativas, sejam elas no formato, na linguagem, na produção ou na concepção, está crescendo ano a ano. Parece que, definitivamente, o experimentalismo começa a alçar vôos mais altos. Tanto os estudantes como seus professores mostram maior disposição para ir além daquilo que o mercado já faz e, indiscutivelmente, faz melhor que as escolas. Não que as escolas não tenham talento ou competência. É que a maioria ainda se

encontra defasada em tecnologia e, principalmente, em recursos laboratoriais. Por outro lado, escolas de comunicação instaladas em centros menores, muitas delas distantes dos grandes centros produtores, vão deixando patente na Expocom que nem só de nome vive uma instituição de ensino.

Algumas escolas são responsáveis pela revelação de professores talentosos, competentes e dedicadíssimos, que, ao se encontrarem com alunos de igual perfil, conseguem, mesmo com recursos precários, produzir novas alternativas em produtos comunicacionais diferenciados e que, comparativamente, se destacam por suas características inovadoras. Essa é a proposta básica da Expocom: ser esse agente motivador, que incentiva a busca do novo, algo que só é possível fazer experimentando.

É certo que a tecnologia ajuda, mas, embora possa parecer um conflito conceitual, muita tecnologia também inibe a criatividade. Verdadeiros ataques de *tecnologismos* vêm acometendo uma parcela de estudantes. Um microcomputador dotado de *softwares* de última geração na mão de um jovem cem por cento tecnológico resulta numa produção quase cibernética, finamente produzida com requintes no tratamento das imagens, mas que não reúne nada de novo e, pior, nada de velho, mas simplesmente traduz os avanços da incansável indústria da informática.

Por outro lado, muitas escolas passaram a ver na Expocom uma possibilidade para o seu marketing. Ganhar prêmios pode representar para uma escola a oportunidade de cativar novos estudantes. Mas não é para isso que a Expocom foi criada. Não que os prêmios não possam ser comemorados. Devem, sim, e muito, mas o mais importante é que as escolas tenham contribuído para que eles fossem conquistados. Investimentos, manutenção, avaliações institucionais, bons professores, bons laboratórios, boas aulas, espaço para o aluno exercitar o conhecimento adquirido e, principalmente, um bom e coerente projeto pedagógico. É para isso que a Expocom foi criada.

Nesses anos todos o saldo é muito positivo. O ensino da comunicação mostra uma recuperação importante, mas também sinaliza que muita coisa ainda precisa ser feita. Muitos professores fazem da docência uma opção de trabalho, mesmo sem terem exercitado suas profissões no concorrido e exigente mercado de trabalho. Faz-se necessário reciclar, treinar e preparar melhor os jovens professores. É preciso conter o tecnicismo exacerbado e

conscientizar alunos e professores de que não existe prática sem teoria, de que ambas são faces de uma mesma moeda, de que não há outra alternativa senão o equilíbrio entre ambas. Não nos basta ter somente bons profissionais. É preciso ter gente que saiba o que está fazendo e por que o está fazendo.

Andar pela Expocom durante o congresso da Intercom é um ótimo exercício para quem não tem tempo de visitar todas as escolas de comunicação do país. Do que ali se vê é possível conhecer e compreender os pontos fortes e fracos do ensino da comunicação em nosso país. Além de se tratar de uma iniciativa saudável, aprende-se com os avanços alheios e evita-se, igualmente, cometer os mesmos erros em que outros já incorreram e ali são compartilhados. Um ótimo exercício para testar nossa capacidade de reflexão sobre o que cada um de nós está fazendo de sua tarefa de ensinar comunicação. Quem ainda não conhece a Expocom, é bom colocar esse exercício em sua agenda de 2005, em setembro, no Rio de Janeiro.

Paulo Rogério Tarsitano

Doutor em Comunicação Social pela Umesp,
é diretor da Faculdade de Publicidade/Propaganda e Turismo
da mesma instituição.

Simone Denise Gardinali Navacinski

Mestre em Comunicação Social pela Umesp,
é coordenadora da Agência Experimental de
Comunicação Mercadológica da mesma instituição.